

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-2-003

(Önaraştırma)

Karar Sayısı : 23-13/209-67

Karar Tarihi : 09.03.2023

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE

Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK,
Berat UZUN

B. RAPORTÖRLER: Ömer Volkan YAZAR, Nur ÖZKAN, Muhammed Salih TÜRK,
Şüheda CENGİZ

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : Re'sen

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILAN: - Sezen Gıda Mad. Tarım ve Hayvancılık Ürün. Tic. ve San. Ltd. Şti.
Soğanlık Yeni Mahalle, Baltacı Mehmet Paşa Sokak, No:4
Moment İstanbul B Blok Kat:19 Daire:161 Kartal/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Hızlı tüketim malları sektöründe bal üreticisi/tedarikçisi olarak faaliyet gösteren Sezen Gıda Mad. Tarım ve Hayvancılık Ürün. Tic. ve San. Ltd. Şti.nin alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 26.04.2021 tarihli ve 21-23/271-M sayılı, 20.05.2021 tarihli ve 21-26/325-M sayılı, 19.08.2021 tarihli ve 21-39/557-M sayılı, 25.11.2021 tarihli ve 21-57/796-M sayılı ve 27.01.2022 tarihli ve 22-06/84-M sayılı kararları uyarınca hızlı tüketim malları sektöründe üretici/tedarikçi ve perakendeci olarak faaliyet gösteren bazı teşebbüsler tarafından 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun)'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir. Bu kapsamda yapılan yerinde incelemelerde Sezen Gıda Mad. Tarım ve Hayvancılık Ürün. Tic. ve San. Ltd. Şti. (ANAVARZA)'nin perakende satış noktalarının yeniden satış fiyatlarına müdahale ettiğine yönelik şüphe uyandıran birtakım belgeler elde edilmiştir. ANAVARZA hakkında, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası ile ilgili olarak aynı Kanun'un 40. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurulun 26.04.2021 tarihli ve 21-23/271-M sayılı, 20.05.2021 tarihli ve 21-26/325-M sayılı, 19.08.2021 tarihli ve 21-39/557-M sayılı, 25.11.2021 tarihli ve 21-57/796-M sayılı ve 27.01.2022 tarihli ve 22-06/84-M sayılı kararları uyarınca hızlı tüketim malları sektöründe üretici/tedarikçi ve perakendeci olarak faaliyet gösteren bazı teşebbüsler tarafından 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir. İlaveten Kurulun 25.11.2021 tarihli ve 21-57/807-M sayılı kararı ile söz konusu soruşturma kapsamında 4054 sayılı Kanun'un 14. ve 15. maddelerinde yer alan yetkilerin Gimsa İnşaat Sanayi Ticaret Turizm İthalat İhracat Ltd. Şti. (GİMSA) ve Mopaş Marketçilik Gıda San. ve Tic. AŞ (MOPAŞ) bakımından kullanılmasına karar verilmiştir. Söz konusu yetkiler çerçevesinde GİMSA'da

08.12.2021, MOPAŞ'ta 09.12.2021 tarihlerinde gerçekleştirilen yerinde incelemelerde ANAVARZA'nın perakende satış noktalarının yeniden satış fiyatlarına müdahale ettiğine yönelik şüphe uyandıran birtakım belgeler elde edilmiştir.

- (4) Söz konusu belgelere ilişkin olarak hazırlanan 05.01.2023 tarihli ve 2023-2-003/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, Kurulun 19.01.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş ve Kurulun 19.01.2023 tarihli ve 23-05/53-M sayılı kararıyla ANAVARZA hakkında, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası ile ilgili olarak aynı Kanun'un 40. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (5) Başkanlık Makamınının 26.01.2023 tarihli ve 57933 sayılı onayı uyarınca 30.01.2023 tarihinde başlatılan önaraştırma kapsamında, 31.01.2023 tarihinde ANAVARZA'nın merkezinde ve Adana'da bulunan üretim tesisinde yerinde incelemeler yapılmış ayrıca yerinde inceleme ve bilgi isteme tutanağı ile teşebbüsten bilgi talebinde bulunulmuştur. Tutanak ile iletilen bilgi talebine ilişkin cevabi yazı 20.02.2023 tarih ve 35815 sayı ile Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına intikal etmiştir.
- (6) İlgili karar uyarınca düzenlenen 28.02.2023 tarih ve 2023-2-003/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (7) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; dosya konusu iddialara ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında İnceleme Yürütülen Teşebbüs

I.1.1 ANAVARZA

- (8) ANAVARZA 1995 yılında Anavarza markası ile faaliyetine başlamıştır. Teşebbüsün ürün gamında perakendeye ve ev dışı tüketime yönelik farklılaşan ambalaj seçenekleriyle çiçek balı, çam balı, keven-kekik balı ve narenciye çiçeği balı yanında teşebbüs tarafından gurme ballar olarak sınıflandıran özel aromalı ballar, krem bal, toz bal ve bal bazlı özel karışımlar yer almaktadır.
- (9) Teşebbüsün yurt içi pazardaki satış kanalları ulusal mağazalar, yerel mağazalara hizmet veren distribütörler ve ev dışı tüketim bayileri ve noktalarıdır. Teşebbüs ulusal mağazalar ile hem özel markalı ürün gamında hem de Anavarza markası ile çalışılmaktadır.
- (10) ANAVARZA'nın Kozan Tesisi yıllık (.....) ton üretim kapasitesine sahiptir. Teşebbüsün 2022 yılı dolun ve paketlenme tonajı yaklaşık (.....) ton civarında gerçekleşmiştir.
- (11) Aile şirketi olarak faaliyet gösteren teşebbüsün ortaklık yapısına aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 1- ANAVARZA'nın Ortaklık Yapısı

Pay Sahibi	Pay Oranı (%)
Süleyman SEZEN	(.....)
Ayşe SEZEN	(.....)
Can SEZEN	(.....)
Toplam	100,00

Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler

- (12) ANAVARZA'nın 2021 yılına ait cirosu (.....) TL iken 2022 yılına ait cirosu ise (.....) TL'dir.

- (13) ANAVARZA tarafından satışı, pazarlaması ve dağıtımı yapılan ürünler açısından, 2022 yılında, ANAVARZA'dan en çok alım yapan müşterilerine ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Tablo 2- ANAVARZA'nın En Çok Alım Yapan Beş Müşterisi ve Bu Müşterilerin ANAVARZA'nın Yurt İçi Satışları İçindeki Payları

Satış Kanalı	Müşteri Unvanı	2022 Ciro (TL)	Ciro İçerisindeki Payı (%)
Perakende ¹	(.....)	(.....)	(.....)
	(.....)	(.....)	(.....)
	(.....)	(.....)	(.....)
	(.....)	(.....)	(.....)
	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)
Özel Markalı	(.....) ²	(.....)	(.....)
	(.....) ³	(.....)	(.....)
	(.....) ⁴	(.....)	(.....)
	(.....) ⁵	(.....)	(.....)
	(.....) ⁶	(.....)	(.....)
	Özel Markalı Toplam	(.....)	(.....)
Ev Dışı Tüketim	(.....)	(.....)	(.....)
	(.....)	(.....)	(.....)
	(.....)	(.....)	(.....)
	(.....)	(.....)	(.....)
	(.....)	(.....)	(.....)
	Ev Dışı Tüketim Toplam	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler

I.2 İlgili Pazar

I.2.1 Sektöre İlişkin Bilgi⁷

- (14) Bal ve diğer çeşitli arı ürünleri, gerek tüketim alanları bakımından gerekse toplumsal alışkanlıklar bakımından ciddi bir tüketim alışkanlığına sahip olunan ürün grubudur. İçerdikleri vitaminlerden, minerallerden ve enzimlerden dolayı söz konusu ürünlerin antibakteriyel, antimikrobiyal, antiviral ve antiparaziter işlevleri bulunmaktadır. Bu çerçevede, sağlıklı yaşam kavramı ile birlikte tüketicilerin, vücudun ihtiyacı olan enerji ve besin öğelerinin doğal kaynaklardan sağlama eğilimi arıcılık faaliyetlerinin⁸ önem kazanmasında ve artmasında büyük rol oynamaktadır⁹.

¹ Ulusal kanala ve perakende kanalına yapılan Anavarza markalı ürünlerin satışlarını içermektedir.

² (.....) markalı ürünü üretmektedir.

³ (.....) markalı ürünü üretmektedir.

⁴ (.....) markalı ürünü üretmektedir.

⁵ (.....) markalı ürünü üretmektedir.

⁶ (.....) markalı ürünü üretmektedir.

⁷ Bu bölümün hazırlanmasında 30.12.2020 tarihli, 20-57/785-346 sayılı ve 21.10.2021 tarihli, 21-51/715-356 sayılı Kurul kararlarından ve Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü'nün (TEPGE) 2022 tarihli Arıcılık Ürün Raporundan faydalanılmıştır.

⁸ Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre Türkiye'de arıcılık faaliyeti yapan işletme sayısı 2018 yılı bakımından 81.830, 2019 yılı bakımından 80.675, 2020 yılı bakımından 82.862, 2021 yılı bakımından 89.361 ve 2022 yılı bakımından 95.386'dır.

⁹ BURUCU, V. ve BAL, GÜLSE, S.H. (2017), "Türkiye'de Arıcılığın Mevcut Durumu ve Bal Üretim Öngörüsü", Tarım Ekonomileri Araştırmaları Dergisi, C. 3, S. 1, s. 29.

- (15) Bal hakkındaki yasal düzenlemeler 27.07.2012 tarihli ve 28366 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanan Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliği’nde (2012/58 sayılı Tebliğ) yer almaktadır. Bu Tebliğ’e göre bal; *“bitki nektarlarının, bitkilerin canlı kısımlarının salgılarının veya bitkilerin canlı kısımları üzerinde yaşayan bitki emici böceklerin salgılarının bal arısı tarafından toplandıktan sonra kendine özgü maddelerle birleştirilerek değişikliğe uğrattığı, su içeriğini düşürdüğü ve petekte depolayarak olgunlaştırdığı doğal ürün”* olarak tarif edilmektedir.
- (16) Aynı Tebliğ’de ballar sınıflandırılarak çeşitli kategorilere ayrılmaktadır. Bu kapsamda balın kaynağına göre yapılan sınıflandırma çerçevesinde “çiçek balı” ya da “nektar bal”, bitki nektarından elde edilen bal; “salgı balı” ise bitkilerin canlı kısımlarının salgılarından veya bitkilerin canlı kısımları üzerinde yaşayan bitki emici böceklerin - Hemiptera- salgılarından elde edilen baldır.
- (17) Balın kimyasal kompozisyonu bitki kaynağına bağlı olduğundan nektar/çiçek ve salgı ballarının içeriği birbirinden farklılık arz etmektedir. Çiçek balı, bal arısının bitkilerin çiçeklerinde bulunan nektaryumlardan topladığı nektarın, vücutlarında salgılanan maddelerle karışarak zenginleşmesi ve peteklerde olgunlaşması sonucu elde edilmektedir. Türkiye’de üretilen balların büyük bir kısmı çiçek kaynaklı ballar olup bu ballar düşük oranda kül, mineral madde, sukroz ve yüksek oranda invert¹⁰ şekerler içermektedir¹¹.
- (18) Salgı balı ise bal arılarının bitkiler üzerinde yaşayan bazı böceklerin salgılarını topladıktan sonra bu salgıları kendilerine özgü salgılarla karıştırarak değişikliğe uğratıp, petek gözlerine depoladıkları maddeyi ifade etmektedir. Bir salgı balı çeşidi olan çam balının büyük bölümü Türkiye’de üretilmektedir¹². Keskin bir tadı ve aroması olmayan çam balı, koyu kıvamlı olup kolay saklanabilir bir bal çeşididir.
- (19) Türkiye’nin toplam kovan sayısının 2022 yılında 8,9 milyona ulaştığı bilinmektedir. Türkiye genel olarak farklı iklim ve doğa koşulları, arazi yapısı, zengin bitki örtüsü ve bal arısı popülasyonlarındaki genetik çeşitlilik bakımından önemli bir arıcılık potansiyeline sahiptir. Oldukça geniş floraya sahip olan ve çiçeklenme zamanlarının bütün bir yıla yayıldığı Türkiye’de arıcılık deniz seviyesinden, yüksek yaylalara kadar hemen her yerde yapılabilen bir faaliyettir. Ancak birçok farklı kurumca ve kuruluşça desteklenen arıcılık sektörünün özellikle çevresel faktörlerin baskısı altında büyüme hızı yavaşlamaktadır. Gerek arı yetiştiriciliğine ilişkin yapısal sorunlar gerekse global çevre sorunları ve iklim değişikliği sebebiyle, üretimde genel olarak artış gözlenirse dahi bu artış kovan sayısındaki artışın gerisinde kalmaktadır¹³.
- (20) TÜİK verilerine göre son beş yılda Türkiye’de üretilen bal miktarına ilişkin bilgilere aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

¹⁰ Pancar şekerinin şerbet haline getirilmiş halidir. İnvvert şeker olarak tanımlanması, Türk Gıda Kodeksi gereğidir. Kaynağı pancar şekeri olduğundan pancar şekeri şurubu olarak da tanımlanabilmektedir.

¹¹ COŞKUN, A. (2019), “Türkiye’de Bal Sektörünün Mevcut Durum Değerlendirilmesi ve Tüketici Eğilimleri”, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, s. 16.

¹² Dünya çam balı üretiminin %90’ı Türkiye’den karşılanmaktadır. bkz. <https://www.tarimorman.gov.tr/Haber/4852/Bakan-Pakdemirli-Dunya-Cam-Bali-Uretimini-Yuzde-90ini-Ulkemiz-Karsiliyor> (Erişim Tarihi: 20.02.2023).

¹³ BURUCU ve BAL GÜLSE (2017), s 29.

23-13/209-67

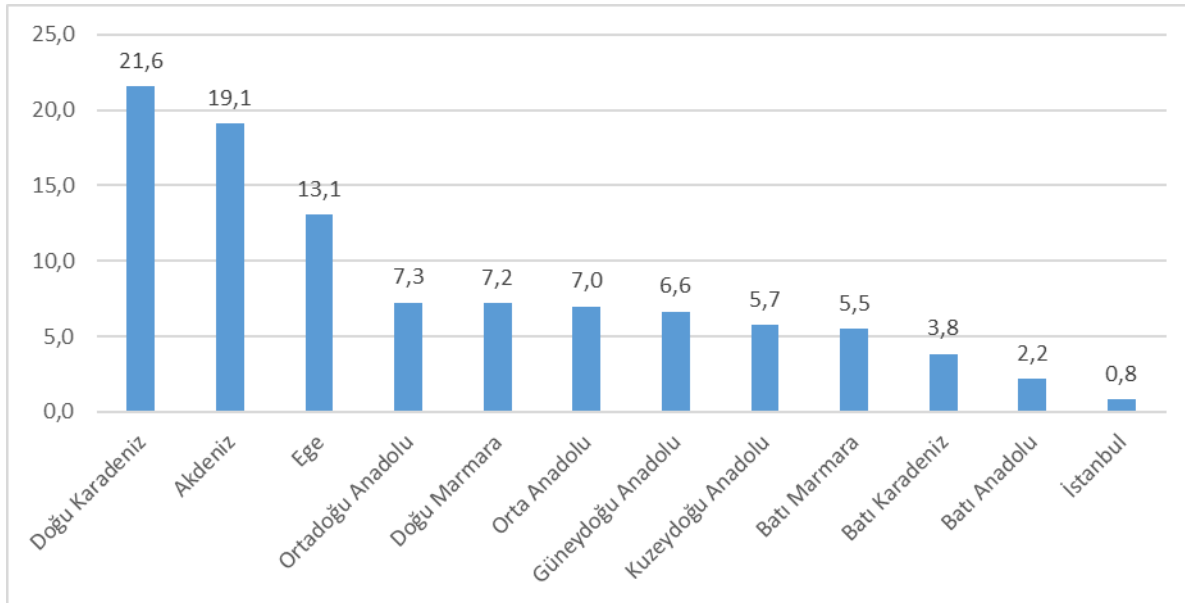
Tablo 3- Türkiye Bal Üretimi

Yıl	Üretim Miktarı (ton)
2018	107.920
2019	109.330
2020	104.077
2021	96.344
2022	118.297

Kaynak: TÜİK, Arıcılık İstatistikleri

- (21) Tablo 3'ten 2022 yılında Türkiye'de bal üretim miktarının bir önceki yıla göre %22,7 oranında artarak 118.297 ton olarak gerçekleştiği anlaşılmaktadır.
- (22) TÜİK veri tabanında bal üretimi için ülkemiz 12 bölgeye ayrılmaktadır¹⁴. Bu üretimde Doğu Karadeniz Bölgesi 25 bin 536 ton üretim ile lider konumda yer almakta olup, bu bölgenin 2022 yılında Türkiye balının %21,6'lık kısmını tek başına ürettiği bilinmektedir. 22 bin 599 ton üretim miktarı ile Akdeniz Bölgesi %19,1'lik pay ile ikinci sırada, 15 bin 446 ton üretim ile Ege Bölgesi ise %13,1'lik pay ile üçüncü sırada yer almaktadır.
- (23) Aşağıdaki grafikte TÜİK verilerine göre 2022 yılında Türkiye'de bölgelere göre bal üretimindeki paylara ilişkin bilgilere yer verilmektedir:

Grafik 1- Türkiye'de Bölgelere Göre Bal Üretimi (2022, %)



- (24) Ülkemiz arıcılarının genellikle arılarını kışlatmak için tercih ettikleri bölgelerin, ılıman iklime sahip Akdeniz ve Ege Bölgelerindeki sahil bandı olması, bu bölgelerdeki bal üretimine kısmen katkı sağlamaktadır¹⁵. Örneğin Akdeniz sahil bandında malta eriği, yabani hardal, çiğdem, gelincik, çiriş, gökdiken gibi bitkiler arılar için özellikle beslenme amaçlı nektar ve polen kaynağıdır. Sandal, çeti, çayır çiçekleri ve narenciye çiçekleri mart, nisan ve mayıs aylarında arılar için nektar ve polen kaynağıdır. Doğu Karadeniz Bölgesinde de ilkbaharda sahil bandından itibaren çiçeklenme başlamakta ve kademeli olarak rakımı yüksek olan yaylalara kadar çiçeklenme devam etmektedir. Bölge, sahip

¹⁴ Bal üretimi il bazında incelendiğinde; 2022 yılında Türkiye'deki toplam bal üretiminde %16,1'lik paya sahip olan Ordu birinci, %10,7'lik paya sahip olan Adana ikinci, %5,1'lik paya sahip Sivas ise üçüncü sırada yer almaktadır.

¹⁵ COŞKUN, A. (2019), "Türkiye'de Bal Sektörünün Mevcut Durum Değerlendirilmesi ve Tüketici Eğilimleri", Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, s. 32.

olduğu bitki zenginliği ve ballı bitkilerin çokluğu¹⁶ sebebiyle arıcılar için cazip bölgeler arasındadır. “Anzer balı” bu bölgenin en önemli ballarındandır. Bal sektöründeki üretici teşebbüsler üretimin yanında ihracat ve ithalat da gerçekleştirmektedir. Bu çerçevede, TEPGE'nin hazırladığı raporda dünya bal üretimine, ihracatına, ithalatına ve bu faaliyetlerde Türkiye'nin konumuna ilişkin sunulan bilgiler şu şekildedir¹⁷:

- 2020 yılı dünya bal üretiminde %25,9'luk paya sahip olan Çin, 458 bin ton üretim ile ilk sırada yer alırken, bal üretiminde %5,9'luk paya sahip Türkiye 104 bin ton üretim ile ikinci, %4,5'lik paya sahip İran ise 80 bin ton üretim ile üçüncü sırada yer almaktadır.
- Türkiye'de bal dış ticareti süzme ve petek bal olarak iki şekilde yapılmaktadır. 2021 yılında bal ihracatının %77,1'lik bölümü süzme bal şeklinde gerçekleşmiştir. Her ne kadar 2021 yılında bal ihracatı bir önceki yıla oranla %66 artarak 9.976 ton olarak gerçekleşse de üretilen balın büyük bir bölümü yurt içinde tüketildiğinden 2021 yılında toplam bal üretiminin %10,4 gibi düşük bir oranı ihraç edilmiştir. Son beş yıllık ithalat miktarları incelendiğinde en yüksek ithalat miktarının 2019 yılında 31,5 ton olarak gerçekleştiği ve Türkiye'nin kayda değer bir bal ithalatının bulunmadığı görülmektedir.
- Ükelere göre 2021 yılında bal ihracatına bakıldığında, Türkiye'nin petek bal ihracatının en fazla yapıldığı ülke 934 ton ihracat miktarıyla Almanya'dır. Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Arap Emirlikleri ise petek bal ihracatının görece fazla yapıldığı diğer ülkeler arasındadır. İspanya ve Bulgaristan ise 2021 yılında süzme bal ihracatı yapılan önemli ülkeler arasında ilk sıralarda yer almışlardır.

(25) Bal, üretim ve/veya pazara sunuluş şekli bakımından 2012/58 sayılı Tebliğ'e göre bazı kategorilere ayrılmaktadır. Bu bağlamda;

- Petekli bal, kuluçka amaçlı kullanılmamış olan saf balmumundan hazırlanmış temel peteklerin veya arılar tarafından yapılmış peteklerin gözlerinde depolanmış ve tamamı veya büyük bölümü sırlanmış¹⁸ olarak satışa sunulan balı,
- Süzme bal, sırları alınan yavrusuz peteklerden santrifüj yolu ile elde edilen balı,
- Petekli süzme bal, süzme bal içerisinde petekli bal parçaları ile hazırlanmış balı,
- Sızma bal, sırları alınmış yavrusuz peteklerden elde edilen balı,
- Pres balı, peteklerin doğrudan veya 45°C'yi aşmamak üzere ısıtılarak preslenmesi ile elde edilen balı,
- Filtre edilmiş bal, yabancı organik veya inorganik maddelerin filtrasyon yolu ile uzaklaştırılması sırasında polen içeriği önemli ölçüde azaltmış balı

ifade etmektedir.

(26) Anılan Tebliğ'in 5. maddesinin (a) bendi *“Bal esas olarak çoğunluğu früktoz ve glukoz olmak üzere farklı şekerlerden, organik bileşiklerden, enzimlerden ve polenlerden oluşur. Bala gıda katkı maddeleri de dahil olmak üzere hiçbir gıda bileşeni ve dışarıdan hiçbir madde katılmaz. Balın, doğal bileşiminde bulunmayan organik ve/veya inorganik*

¹⁶ Bölge, bir kısmı endemik tür olmak üzere 450-500 farklı bitkiye ev sahipliği yapmaktadır.

¹⁷ Hazırlanan rapor Mart 2022 tarihli olup bal ile ilgili dünya verileri 2020 yılına aittir. <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20%C3%9Cr%C3%BCn%20Raporlar%C4%B1/2022%20%C3%9Cr%C3%BCn%20Raporlar%C4%B1/Ar%C4%B1c%C4%B1k%20%C3%9Cr%C3%BCn%20Raporu%202022-351%20TEPGE.pdf> (Erişim Tarihi: 12.02.2023)

¹⁸ Bal içindeki su oranı %20'nin altına düştükten sonra arıların petek gözlerini ince bir mum tabakasıyla kapatmasına verilen isimdir.

maddelerden ari olması gerekir.” hükmünü haizdir. Bahsi geçen düzenlemeden balın doğal bir gıda ürünü vasfını taşıması gerektiği anlaşılmaktadır.

- (27) Türkiye’de üretilen ballar dökme/açık bal veya paketli/markalı bal olarak satışa sunulmaktadır¹⁹. Türkiye’de üretilen balların önemli bir kısmı toptancılar tarafından işleyici firmalara ulaştırılmakta, ballar bu tesislerde işlenip ambalajlandıktan sonra nihai tüketiciye sunulmaktadır. Geriye kalan miktarı ise üretim bölgelerindeki yerel pazarlarda bizzat üreticiler tarafından toptan veya perakende olarak pazarlanmaktadır. Bu pazarlama kanallarına ek olarak arıcılık işletmeleri ürünlerini aracılara ya da direk işleyici firmalara verebilmekte ve/veya kooperatifler aracılığı ile ürünlerine pazar bulabilmektedir.
- (28) Ambalajlı bal üreticileri, ilgili yörede tedarikçiden alınan numune örneklerini analizden geçirerek uygun gördükleri balı tenekeler halinde üretim tesislerine sevk etmektedir. Aynı tedarikçiden gelen numune ile tutarlılığını tevsik etmek üzere yeni bir analiz daha yapıp sonuçların tutarlı ve mevzuata uygun olduğunu gördükten sonra müstahsil makbuzu ve/veya fatura karşılığı satın alma işlemi gerçekleştirilmektedir. Ham balın toptan alış fiyatı; talep, balın bölgesi, türü, tadı ve rekoltesi gibi parametrelere göre belirlenmektedir. Bu şekilde tedarik edilen ballar; satın alma esaslarındaki kriterlere göre fiyatlandırılarak satış noktalarına ambalajlanarak sevk edilmektedir.
- (29) Aşağıdaki tabloda Türkiye’de ambalajlı bal pazarının 2019-2021 yıllarındaki büyüklüğüne ilişkin bilgilere yer verilmektedir:

Tablo 4- 2019-2021 yıllarında Ambalajlı Bal Pazarının Satış Miktarı (kg) ve Ciro (TL) Bazında Büyüklüğü

2019		2020		2021	
Satış Miktarı (kg)	Ciro (TL)	Satış Miktarı (kg)	Ciro (TL)	Satış Miktarı (kg)	Ciro (TL)
11.665.593	396.177.000	13.508.627	529.262.000	12.259.522	607.525.000

Kaynak: Nielsen

- (30) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, ambalajlı bal pazarının 2019 yılından itibaren hacim bazında %5, değer bazında %53 oranında büyüdüğü görülmektedir.
- (31) Son olarak aşağıda yer verilen tabloda ambalajlı bal pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin 2019-2021 dönemine ait tahmini pazar paylarına yer verilmektedir.

Tablo 5- Perakende Ambalajlı Bal Pazarındaki Teşebbüslerin Pazar Payları

	Ciro Bazında Pazar Payı (%)			Satış Miktarı Bazında Pazar Payı (%)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
BALPARMAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİNBOĞA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANAVARZA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SEĞMEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YILMAZ GIDA ²⁰	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TKV	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KOSKA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SBS ²¹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HASTÜRK GIDA ²²	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ²³	32,4	28,9	26,5	47,3	41,9	36,9

¹⁹ Teşebbüs tarafından dökme/açık bal pazarına ilişkin sağlıklı bir veri sunulamamıştır.

²⁰ Canpetek markası ile faaliyet göstermektedir.

²¹ Beoo markası ile faaliyet göstermektedir.

²² Haskaymak ve Abalı markaları ile faaliyet göstermektedir.

²³ Özel markalı ürünlerin pazar payını göstermektedir.

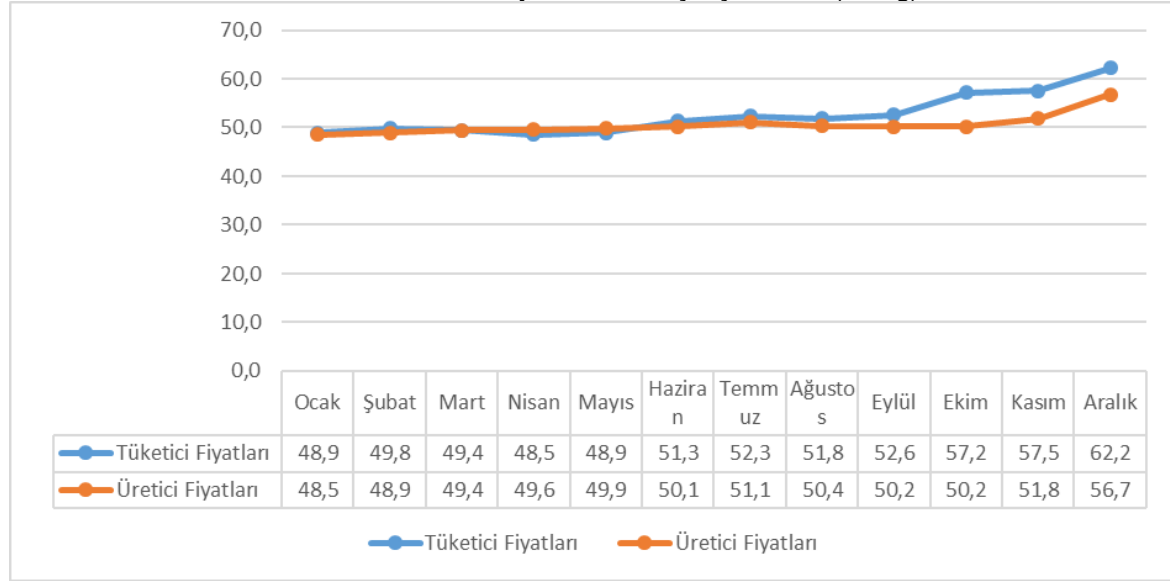
23-13/209-67

Diğer Markalı Bal Üreticileri	11,9	11,2	11,3	12,1	12,4	13,7
-------------------------------	------	------	------	------	------	------

Kaynak: Nielsen

- (32) Yukarıdaki tablodan görüleceği üzere, ambalajlı bal pazarında Altıparmak Gıda San. ve Tic. AŞ (BALPARMAK) lider konumda olup, onu sırasıyla Sınırlı Sorumlu 745 Sayılı Kozan Bal Tarım Satış Kooperatifi (BİNBOĞA) ve ANAVARZA takip etmektedir²⁴.
- (33) Aşağıda yer alan Grafik 2'de, Türkiye'de 2021 yılı²⁵ bakımından bir kilogram (kg) balın ay bazında üretici ve tüketici fiyatlarına yer verilmektedir. 12 aylık fiyatlar incelendiğinde, incelenen dönemde bir kg balın üretici fiyatının %16,9, tüketici fiyatının ise %27,2 oranında arttığı görülmektedir.

Grafik 2- 2021 Yılı Bal Üretici ve Tüketici Fiyatlarının Karşılaştırılması (TL/kg)



(34)

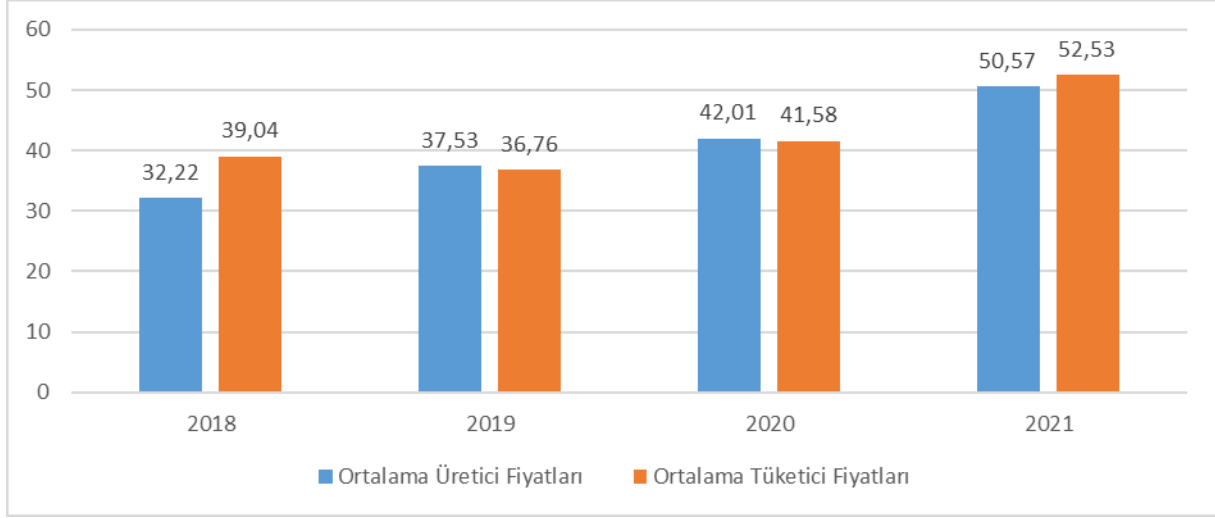
Aşağıda sunulan Grafik 3'ten ise, 2018-2021²⁶ yılları arasında ortalama üretici ve tüketici fiyatlarının arttığı, bununla birlikte 2019 ve 2020 yılları özelinde ortalama üretici fiyatlarının ortalama tüketici fiyatlarından yaklaşık %3 fazla olduğu görülmektedir. Ek olarak, 2021 yılı bakımından ortalama üretici fiyatı ile ortalama tüketici fiyatı arasındaki fark %4 olup 2021 yılında bir önceki yıla göre ortalama tüketici fiyatı %26, ortalama üretici fiyatı ise %20 oranında artış göstermiştir.

²⁴ Tabloda yer alan diğer teşebbüslerin unvanları ve kısaltmaları şu şekildedir: Seğmen Kardeşler Gıda Üretim ve Ambalaj Sanayi AŞ (SEĞMEN), Yılmaz Gıda Oto. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (YILMAZ GIDA), Destek Tarımsal Üretim İşletmeleri Oto Kiralama San. ve Tic. AŞ (Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV)), Merter Helva Sanayi ve Ticaret AŞ (KOSKA), SBS Bilimsel Bio Çözümler San. ve Tic. AŞ (SBS) ve Hastürk Gıda Otomotiv İnşaat Emlak San. Tic. Ltd. Şti. (HASTÜRK GIDA).

²⁵ TÜİK veri tabanında, 2022 yılı bakımından ortalama tüketici fiyatlarının sadece Ocak-Nisan ayı aralığı yayımlanmış olup bütün yıla ilişkin veri bulunmamaktadır. Bu nedenle 2021 yılı bakımından değerlendirme yapılabilmektedir.

²⁶ TÜİK veri tabanında, 2022 yılı bakımından ortalama tüketici fiyatlarının sadece Ocak-Nisan ayı aralığı yayımlanmış olup bütün yıla ilişkin veri bulunmamaktadır. Bu nedenle 2022 yılı bakımından değerlendirme yapılamamıştır. TÜİK verilerine göre, 2022 yılı bakımından ortalama üretici fiyatları 90,17 TL olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 3- 2018-2021 Yıllarında Ortalama Üretici ve Tüketici Fiyatları (TL/kg)



Kaynak: TÜİK

I.2.2 İlgili Ürün Pazarı

- (35) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. maddesinde; "... *İnceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir*" ifadesine yer verilmiştir.
- (36) Mevcut dosya kapsamında hakkında önaraştırma yürütülen teşebbüsün faaliyet konusu nazara alınarak ilgili ürün pazarı "ambalajlı/paketli bal pazarı" olarak tanımlanabilecekte de alternatif pazar tanımları altında yapılacak değerlendirme farklılaşmayacağından, kesin bir ilgili ürün pazarı tanımı yapılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır.

I.2.3 İlgili Coğrafi Pazar

- (37) Dosya kapsamında, bölgesel değerlendirme yapmayı gerektirecek bir husus olmadığı, dolayısıyla ilgili coğrafi pazarın "Türkiye" olarak tespit edilebileceği değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, ilgili coğrafi pazarın tanımlanması mevcut dosyadaki değerlendirmeyi etkilemeyeceğinden kesin bir coğrafi pazar tanımı yapılmasına gerek duyulmamıştır.²⁷

I.3. Önaraştırma Kapsamında Elde Edilen Belgeler²⁸

- (38) ANAVARZA'da yapılan yerinde incelemelerde elde edilen yeniden satış fiyatının belirlenmesi (YSFB) uygulamasına ilişkin belgelerin içeriklerine aşağıda yer verilmektedir.
- (39) **Delil 1-** ANAVARZA Genel Müdürü (.....) bilgisayarında bulunan, ANAVARZA Genel Müdürü (.....) tarafından ANAVARZA çalışanı²⁹ (.....) gönderilen 22.02.2016 tarihli "*Tavsiye Raf Satış Fiyatımız*" konu başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

²⁷ Teşebbüsler tarafından açık bal pazarına ilişkin sağlıklı bir veri sunulmamıştır.

²⁸ Yazışmalardan alıntılanan ifadeler aslına uygun olarak bu metne işlenmiş, belgelerde yer alan vurgular dışında herhangi bir düzeltme yapılmamıştır.

²⁹ Unvanı tespit edilememiştir.

(.....) Hanım selamlar,

Toplantımızda konuştuğumuz üzere Tavsiye Raf Satış fiyatlarımız ektedir. **Burada bunu yavaş yavaş fiyat geçişi olarak değil sadece raf fiyatlarının oturtulması anlamda paylaşmakta fayda var.**

Buradan hareketle indirim fiyatımızı da özellikle promosyonlu olacağı için Çiçek Balı 850 g. ürünümüz 25.90.-TL olarak konumlandırabiliriz. Sonuçlarına göre tekrar değerlendiririz.

Yine 220 g. ürünümüzde Mart ayında kasa kampanyalarına girebiliriz. 450 g. ürünümüzde var olan anlaşmalarınız varsa uygulayalım ancak başka herhangi bir kampanyaya girmeyelim.

Çam balı artık promosyonsuz olarak gönderilecektir.

Anavarza Bal

PERAKENDE GRUBU / 2014 - 2										
ÜRÜN GRUBU	ÜRÜN KODU	ÜRÜNLER	BİRİM (g)	KOLİ İÇİ (adet)	ÜRÜN FİYATI	KOLİ FİYATI	ÜRÜN BARKODU	PAKET BARKODU	KOLİ BARKODU	TAVSİYE RAF FİYATLARI
KLAŞİK SERİSİ	1101	ANAVARZA ÇİÇEK BALI	850	12	30.90	370.80	8695707060017	-	8695707980353	29.90
	1102	ANAVARZA ÇİÇEK BALI	450	12	17.90	214.80	8695707060024	-	8695707980360	16.90
	1103	ANAVARZA ÇİÇEK BALI	220	12	10.10	121.20	8695707060031	-	8695707980377	9.90
	1301	ANAVARZA ÇAM BALI	850	12	30.90	370.80	8695707060079	-	8695707980414	29.90
	1302	ANAVARZA ÇAM BALI	450	12	17.90	214.80	8695707060086	-	8695707980421	16.90
	1303	ANAVARZA ÇAM BALI	220	12	10.10	121.20	8695707060093	-	8695707980438	9.90
	1105	ANAVARZA AKILLI KAPAK ÇİÇEK BALI	325	12	14.20	170.40	8695707800460	-	8695707800484	13.90
1305	ANAVARZA AKILLI KAPAK ÇAM BALI	325	12	14.20	170.40	8695707008057	-	8695707008132	13.90	
GURME SERİSİ	1201	ANAVARZA KEVEN & KEKİK BALI	850	6	35.90	215.40	8695707060048	-	869570750025	33.90
	1202	ANAVARZA KEVEN & KEKİK BALI	450	6	22.40	134.40	8695707060055	-	8695707980391	21.90
	1401-1	ANAVARZA NARENÇİYE ÇİÇEĞİ BALI	450	6	22.40	134.40	8695707081999	-	8695707995531	21.90
	1402-1	ANAVARZA KESTANE ÇİÇEĞİ BALI	450	6	49.00	294.00	8695707980285	-	8695707980230	46.90
KREM BAL	1502	ANAVARZA KREM BAL	200	6	12.00	72.00	8695707080995	-	8695707080888	11.90
	1703	ANAVARZA PEPEE KREM BAL	200	6	12.00	72.00	8695707730019	-	8695707930013	11.90
LİSANSIZ ÜRÜNLER	1704	ANAVARZA PEPEE AKILLI KAPAK ÇİÇEK BALI	325	12	14.00	170.40	8695707800460	-	8695707800484	13.90
	1701	ANAVARZA PEPEE TÜP BAL	40	12x8	2.25	216.00	8695707999812	8695707999317	8695707800553	2.10
	1702	ANAVARZA PEPEE TÜP BAL / 4'LÜ PAKET	40	24	8.15	195.60	8695707800422	-	8695707457138	7.90
	1701-1	ANAVARZA WINX CLUB TÜP BAL	40	12x8	2.25	216.00	8695707999157	-	869570798019	2.10
SAĞLIK SERİSİ	1602	ANAVARZA VİVA	200	6	32.50	195.00	8695707099903	-	8695707080800	29.90
	1604	ANAVARZA STAMİHA	200	6	34.90	209.40	8695707792024	-	8695707798026	31.90
	1603	ANAVARZA PROPOLİA	200	6	33.70	202.20	8695707792031	-	8695707798033	30.90
	2101	BALÇİÇEK ÇİÇEK BALI	825	12	22.00	264.00	8695707060208	-	8695707062202	19.95
	2102	BALÇİÇEK ÇİÇEK BALI	450	12	13.25	159.00	8695707060215	-	8695707062219	11.95
		KOVANDAN ÇİÇEK	850	6	11.55	69.30	8695707000006	-	8695707800806	14.95
		KOVANDAN ÇAM	460	12	6.71	80.52	8695707000013	-	86957078008974	8.95

- (40) **Delil 2-** ANAVARZA Marmara Bölge Satış Yöneticisi (.....) bilgisayarında bulunan, 19.01.2021 tarihli ve "FW: ANAVARZA FİYAT FARKLARI" konu başlıklı e-posta silsilesinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

18.01.2021 tarihinde DMR Gıda Pazarlama San. ve Tic. AŞ³⁰ (DMR GIDA) Satınalma Operasyon Sorumlusu (.....) tarafından Demir Toptan Gıda Pazarlama AŞ (DEMİR GIDA) Muhasebe Sorumlusu (.....)'a gönderilen "RE: ANAVARZA FİYAT FARKLARI" konu başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"MERHABALAR ONCELİKLE YAPMIS OLDUGUNUZ FIYAT LISTESINE ISTINADEN INCELEDIGIMDE FIYAT BAZINDA RAKIBIM OLAN CEM MARKET FIYAT VE KAR MARJI OLARAK UYUSMAMAKTADIR"

³⁰ İlgili belgede "DMR GIDA" olarak geçen teşebbüsün perakendeci, "DEMİR GIDA"nın ise distribütör olduğu düşünülmektedir.

FIYAT POLİTİKAMI PİYASA FİYATLARINA CEKTİGİMDE MARJ OLARAK DUSUK DERECEDE KALMAKTAYIM
CIRO PRİMİ İLE % (.....) KAR İLE CALISMAKTAYIM SONUC OLARAK FİYAT BAZINDA RAKİBİMDEN YUKSEKTE SATIS YAPAMAYIZ
KAR MARJİ OLARAK % (.....) DAHA DESTEĞİNİZİ BEKLIYORUM
İYİ GUNLER DILEGIYLE”

Yukarıdaki e-posta 19.01.2021 tarihinde DMR GIDA Muhasebe Sorumlusu (.....) tarafından ANAVARZA Marmara Bölge Satış Yöneticisi (.....)’na aşağıdaki ifadelerle iletilmiştir:

(.....) Bey Selamlar,

Trakya bölgesinde çalışmakta olduğumuz Dmr Gıda'nın göndermiş olduğu mail aşağıdadır.

Fiyat düzeltmesini yaptığımız Dmr Gıda; Trakya bölgesinde çalıştığımız Cem Market fiyatlarını karşılaştırma yaptığında fiyatların uyummadığını belirtmektedir.

Acil olarak Cem marketin aktivitesinin sonlandırılmasını ve Cem market ve Dmr gıda'nın fiyat güncellemelerinin yapılmasını önemle rica ederiz.

Aksi takdirde Cem market ve Dmr Gıda fiyat farklarını kesmeye devam edeceklerdir.

Gelen fiyat farklarını tarafınıza dönüşü yapılacaktır.

Konu ile ilgili yardımlarınızı rica eder, iyi çalışmalar dileriz.”

- (41) **Delil 3-** ANAVARZA Marmara Bölge Satış Temsilcisi (.....) bilgisayarında bulunan, ANAVARZA Marmara Bölge Satış Temsilcisi (.....) tarafından ANAVARZA Marmara Bölge Satış Yöneticisi (.....) gönderilen 24.09.2022 tarihli “Haftalık Rapor” konu başlıklı e-postanın ekinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

ALTINSU GIDA Nur gıda satış temsilcisi (.....) bey ile birlikte Firma sahibi (.....) bey ziyaret edildi. **Satın alma ve raf fiyatları güncellendi.** Mevcut stokları yeterli olduğundan dolayı sipariş alınmadı. Haftaya tekrar ziyaret edilerek sipariş durumuna bakılacak.

- (42) **Delil 4-** ANAVARZA Satış Yöneticisi (.....) (M.D.) (.....) mobil cihazında yer alan WhatsApp uygulaması altında “(.....) Bey” olarak kayıtlı olan ANAVARZA Genel Müdürü (.....) (C.S.) ile yapılan 03.10.2022-28.10.2022 tarihli yazışmaların içeriği aşağıda aktarıldığı gibidir:

C.S. (03.10.2022, 08:25):	(.....) bey günaydın
C.S. (03.10.2022, 08:26):	Özdilek alışta geçti ama raf fiyatı hala değişmemiş bugün görüşüp değiştirsek en azından diğer yerlerde sorun olmaz.
M.D. (03.10.2022, 08:47):	(.....) Bey Günaydın
M.D. (03.10.2022, 08:48):	Ürünlerin stoklar a girişi bekleniyor du Gün icerisinde görüşücem (.....) bey ile
C.S. (27.10.2022, 10:27):	[görsel paylaşılmıştır] ³¹

³¹ Görsel okunabilir değildir.

C.S. (27.10.2022, 10:28):	Özdilek ile de hemen paylaşıp görüşebilirsek ona göre Uşak dışındakileri gecmis olursa sorun kalmaz
M.D. (27.10.2022, 10:29):	Tamam (.....) bey (.....) bey ile görüşürüm şimdi
M.D. (28.10.2022, 12:53):	[görsel paylaşılmıştır] ³²
M.D. (28.10.2022, 12:53):	Merhaba (.....) bey
M.D. (28.10.2022, 12:54):	Ozdilek fiyatımız 139.90 tl olarak güncellenmiştir
M.D. (28.10.2022, 12:54):	(.....) bey in gönderdiği siparis ler geldi
M.D. (28.10.2022, 12:54):	Liste yapıyorum

- (43) **Delil 5-** GİMSA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen; 14.09.2020 tarihinde ANAVARZA Bölgeler Müdürü (.....) tarafından GİMSA çalışanı (.....) gönderilen, bilgi kısmında ANAVARZA çalışanı (.....) bulunduğu, "RAF FİYAT GÜNCELLEMESİ HAKKIND." konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"(.....) bey merhaba,
Daha önce attığımız fiyat listemize göre, gros ve sizin segmentinizdeki noktalar için raf fiyatlarımızı çiçek 450 gr 26,95//sağlık gurubu (stamina/viva/propolia) 44,95 olarak güncelleyip geçişimize yardımcı olursanız sevinirim.
İyi çalışmalar dilerim.."

I.4 Değerlendirme

- (44) Dosya konusunu, ANAVARZA'nın alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemek (YSFB) suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası oluşturmaktadır. Anılan iddia çerçevesinde, ANAVARZA'nın genel merkezinde ve Adana'da bulunan üretim tesisinde yerinde incelemeler gerçekleştirilmiş olup, teşebbüs çalışanlarının bilgisayarlarından ve mobil cihazlarından bazı belgeler elde edilmiştir. Dosya konusu ve elde edilen belgeler ile ilgili açıklama ve değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

I.4.1 YSFB Uygulamasına İlişkin Değerlendirme

I.4.1.1 YSFB'nin Teorik Çerçevesi

- (45) 4054 sayılı Kanun'un "Kapsam" başlıklı 2. maddesinde "...mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmaları... bu Kanun kapsamına girer." düzenlemesine yer verilmektedir.
- (46) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi "Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır." hükmünü haizdir. Bu hüküm, bütün teşebbüsler arası anlaşma, karar ve uyumlu eylemlere geniş bir şekilde uygulanmakta olup temel amacı, her bir teşebbüsün kendi ticari politikalarını ve piyasadaki faaliyetlerini tek başına, diğer teşebbüslerden bağımsız olarak belirlemesini temin etmektir. Söz konusu maddenin ikinci fıkrasında özellikle hangi hallerin bu kapsamda yer aldığı düzenlenmekte ve "Mal

³² Görsel okunabilir değildir.

veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi” bu hallerden biri olarak sayılmaktadır.

- (47) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında yer alan bazı anlaşmalar, belli koşulları taşımaları halinde söz konusu maddenin uygulanmasından muaf tutulabilmektedir. 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ)’nin 2. maddesinde “*Üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar*”ın yine bu Tebliğ’de sayılan koşulları taşıması koşuluyla 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinden muaf tutulacağı hükme bağlanmıştır. Yine aynı Tebliğ’in 4. maddesinde anlaşmaları ilgili Tebliğ ile sağlanan muafiyet kapsamı dışına çıkaran sınırlamalara yer verilmiştir. Bu sınırlamalar arasında “*Alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi*” hali sayılmakta ve aynı maddede ayrıca “*Tarafların herhangi birisinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya tavsiye etmesi mümkündür.*” düzenlemesi yer almaktadır. Buna göre, bu tür hükümleri içeren sözleşmeler ilgili Tebliğ kapsamında sağlanan muafiyetten yararlanamamakta ve 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesindeki yasaklamaya tabi hale gelmektedir. Bu kapsamda, teşebbüsler tarafından ürünün satış fiyatının belirlenmesi anlaşmanın yatay veya dikey nitelikte olup olmadığından bağımsız olarak yasaklanmaktadır.
- (48) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz’da (Dikey Kılavuz) ise, YSFB’ye ilişkin olarak aşağıdaki açıklamalar bulunmaktadır. Dikey Kılavuz’un 17. paragrafına göre, alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi yasak olmakla birlikte, sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla sağlayıcının, alıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya alıcıya satış fiyatını tavsiye etmesi mümkündür. Alıcıya bildirilen azami veya tavsiye nitelikteki satış fiyatının asgari veya sabit fiyata dönüşmemesi için, söz konusu fiyatların azami veya tavsiye niteliğinde olduğunun yayınlanan fiyat listelerinde ya da ürünün üzerinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
- (49) Dikey Kılavuz’un 18. paragrafında ise YSFB uygulamasının doğrudan yapılabileceği gibi dolaylı olarak da gerçekleştirilebileceği ifade edilmektedir. Buna göre; sağlayıcı teşebbüsler akdetmiş oldukları dikey anlaşmalara açık hüküm koymak suretiyle alıcının satış fiyatını doğrudan belirleyebileceği gibi, aynı ihlali değişik uygulamalar vasıtasıyla dolaylı yollarla da gerçekleştirebilirler. Aynı paragrafta; alıcının kar marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının uygulayabileceği indirim oranının en üst seviyesinin tespiti, alıcının tavsiye edilen fiyatlara uyduğu oranda kendisine ilave indirimlerin uygulanması ya da bu fiyatlara uymaması durumunda teslimatların geciktirilmesi, askıya alınması veya anlaşmanın sona erdirilmesi şeklinde alıcının tehdit edilmesi ya da fiilen bu tür cezai yaptırımların uygulanması dolaylı YSFB’ye örnek olarak sayılmıştır. Dolaylı YSFB uygulamaları da Tebliğ’in 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi uyarınca anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkarmaktadır.
- (50) Dikey Kılavuz’un 19. paragrafında, YSFB uygulamasına yönelik doğrudan veya dolaylı yöntemlerin, alıcıların uyguladığı fiyatların sağlayıcı tarafından izlenebildiği ve kontrol edilebildiği durumlarda daha etkili olacağı belirtilmiştir. Örneğin, standart fiyat listelerinden farklı fiyatlardan satış yapan alıcıları rapor etme konusunda tüm alıcılara getirilecek bir yükümlülük sağlayıcının pazarda uygulanan fiyatları kontrol etmesini önemli ölçüde kolaylaştıracaktır.

- (51) Kurulun *Henkel* kararında³³; HENKEL'in, ürünlerinin piyasadaki fiyatının takip edilmesinin ve yeniden satış fiyatının tavsiye edilmesinin ötesinde, alıcıların bağımsız ticari kararları neticesinde belirlemeleri gereken perakende satış fiyatına doğrudan müdahalede bulunduğu ve yeniden satış fiyatının serbest rekabet koşulları çerçevesinde belirlenmesini engellediği tespit edilmiştir. Bu çerçevede, HENKEL'in, ürünlerinin perakende satışını yapan teşebbüslere yönelik YSFB uygulamasında bulunmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği; YSFB'nin çoğunlukla amaç bakımından bir rekabet kısıtı teşkil ettiği ve 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında HENKEL'in muafiyet almasının mümkün olamayacağı ifade edilmiştir. Aynı kararda YSFB'nin amaç bakımından bir açık ihlal olarak görüldüğü ortaya konmuştur.
- (52) *Henkel* kararı, Danıştay 13. Dairesinin 06.07.2021 tarihli ve 2021/969 E., 2021/2654 K. sayılı kararı ile iptal edilmiştir. İlgili kararda her teşebbüsün kendi bağımsız kararını kendisinin aldığı bir durumda rekabete aykırı bir davranıştan ve YSFB'den söz etmeye olanak bulunmadığı ve YSFB'nin dolaylı olarak gerçekleştirilmesinde tarafların herhangi birisinin baskısı veya teşvik etmesi unsurunun ortaya konulması gerektiği vurgulanmıştır.
- (53) Kurulun *Sony Eurasia*³⁴ kararında; yerinde incelemede elde edilen belgelerde yer alan ifadelerin, SONY'nin dikey anlaşmanın tarafı olan bayilerinin internet üzerinden hangi fiyattan satış yapacakları konusundaki özgürlüklerini kısıtladığına işaret ettiği, SONY'nin çevrim içi satışlar bakımından bayilerine yönelik YSFB uyguladığı ve bu uygulamanın çoğunlukla amaç bakımından rekabet ihlali teşkil ettiği hususuna değinilerek YSFB uygulanmasının SONY ürünlerinin dağıtım ağında ve teknomarketlerin sunduğu ürün ve hizmetlerde gelişme ve iyileşme oluşturmayacağı belirtilmektedir. Bu doğrultuda, Kurul SONY'nin YSFB'ye yönelik uygulamalarını amaç yönünden değerlendirerek ihlâl tespitinde bulunmuş olmakla birlikte, söz konusu kararda gerçekleştirilen etki analizinin sonuçları verilen idari para cezasında dikkate alınmıştır.
- (54) *Turkcell*³⁵ kararında YSFB şeklindeki eylemlerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendini ihlal ettiği ve doğrudan marka içi rekabeti kısıtladığı, fiyat rekabetinin piyasalarda etkinliği ve dolayısıyla iktisadi refahın artırılmasını sağlayan temel unsur olduğu göz önüne alındığında, fiyat rekabetinin ortadan kalkmasının tüketici refahını olumsuz etkileyeceği ve dolayısıyla söz konusu eylemin genellikle amaç bakımından rekabeti kısıtladığının kabul edildiği hususları ifade edilerek Turkcell'in kontörlerin yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine, adı geçen teşebbüse idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.
- (55) *Bellona*³⁶ kararında, Kurul tarafından Boydak Grubunun ve Yön AŞ'nin Bellona markalı ürünlerde YSFB'ye yönelik eylemlerde bulunduğu belirtilmiş, ancak aynı gruba ait İstikbal markası için başlatılan inceleme sonrası alınan Kurul kararına uygun davranmak için Boydak Grubuna 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesi uyarınca yapılan bildirim sonrasında tarafların Bellona markasına yönelik faaliyetlerinde de 4054 sayılı Kanun'u gözetmeye başladığı gerekçesiyle taraflar hakkında soruşturma açılmamasına, Bellona markalı ürünler için bayilerin satış fiyatlarına müdahale edilmesinin rekabet ihlali teşkil ettiğine ve bu tür eylemlerden kaçınılması gerektiği yönünde 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesi uyarınca taraflara görüş bildirilmesine karar

³³ 19.09.2018 tarihli ve 18-33/556-274 sayılı Kurul kararı.

³⁴ 22.11.2018 tarihli ve 18-44/703-345 sayılı Kurul kararı.

³⁵ 10.01.2019 tarihli ve 19-03/23-10 sayılı ile 12.11.2019 tarihli ve 19-39/610-263 sayılı Kurul kararları.

³⁶ 02.11.2011 tarihli ve 11-55/1434-509 sayılı Kurul kararı.

verilmiştir. İlgili Kurul kararı, Danıştay 13. Dairesinin 31.10.2018 tarihli ve E: 2012/428, K: 2018/3022 sayılı kararı ile iptal edilmiştir. Bunun üzerine aynı iddianın değerlendirildiği 26.03.2020 tarihli ve 20-16/231-112 sayılı kararda, Kurul tarafından, YSFB'nin çoğunlukla amaç bakımından rekabet ihlali teşkil ettiği, ihlalin varlığı hususunda amaç bakımından rekabeti kısıtlayıcı uygulamaların ayrıca etkilerinin gösterilmesine gerek bulunmadığı, dosya kapsamında önaraştırma safhasında elde edilen belgelerin rekabeti kısıtlama amacının varlığını açık bir biçimde ortaya koyduğu, bu itibarla *Bellona* tarafından bayilerin YSFB amacını taşıyan eylemler vasıtasıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi hükmünün ihlal edildiği ve bu tür uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde düzenlenen bireysel muafiyetten faydalanamayacağı belirtilerek teşebbüse idari para cezası verilmesine hükmedilmiştir.

- (56) *Groupe SEB*³⁷ kararında Groupe SEB tarafından bayilerin fiyatlarına müdahale edildiği, bayilere YSFB uygulandığı tespit edilmiştir. Kararda ayrıca, YSFB eyleminin marka içi rekabeti ortadan kaldırmaya yönelik doğrudan bir sınırlama olduğu, fiyat rekabetinin piyasalarda etkinliği ve dolayısıyla iktisadi refahın artırılmasını sağlayan temel unsur olduğu göz önüne alındığında, fiyat rekabetinin ortadan kalkmasının tüketici refahını önemli ölçüde olumsuz etkileyeceği ifade edilmiştir. Kurul tarafından, Groupe SEB'in, nihai satış noktalarına YSFB uygulamak ve internet sitelerinden gerçekleştirilen satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine ve bu nedenle konuyla ilgili idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.
- (57) *DYO*³⁸ kararında DYO'nun bayilerinin satış koşullarına ve fiyatlarına müdahalelerde bulunduğu, bayilerin DYO'nun bu müdahaleleri kapsamındaki uyarılarını dikkate aldığı, DYO'nun uyarılarına uymayan bayilerine yaptırım uyguladığı tespit edilmiştir. Dosya kapsamındaki belgeler doğrultusunda DYO'nun çeşitli uygulamalarıyla bayilerinin yeniden satış fiyatını tespit ettiği ve bu uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil ettiği değerlendirilmiştir.
- (58) *Perakende*³⁹ kararında ise sağlayıcı/tedarikçi konumundaki SAVOLA'nın perakende seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüslerin nihai satış fiyatlarına doğrudan müdahalelerde bulunduğu, marka içi rekabetin sınırlanması sebebiyle tüketici refahının önemli ölçüde azaltıldığı ifade edilmiştir. Dosya kapsamında elde edilen belgelerde perakendecilerin SAVOLA'nın talimatına uyduğu ve fiyatlarını SAVOLA'nın bildirdiği yönde değiştirdiği, fiyat artışlarında zaman zaman başarıya ulaşılmasa da SAVOLA'nın fiyat artışlarının uygulanması konusunda güçlü bir motivasyona sahip olduğu ve tüm perakendecilerin katılımı ile teşebbüsün ürün tedarik ettiği tüm kanallarda fiyatların koordineli bir şekilde artışının sağlanmasının özellikle hedeflendiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda sağlayıcı/tedarikçi konumundaki SAVOLA'nın perakende seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüslere YSFB uygulamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine ve bu nedenle teşebbüse idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.
- (59) Yukarıda değinilen Kurul kararlarına ek olarak, YSFB'ye yönelik yakın tarihli *Baymak*⁴⁰, *Akaryakıt*⁴¹, *DyDO*⁴², *NUMİL*⁴³ ve *Duru Bulgur*⁴⁴ gibi diğer kararlarda da aynı yaklaşım

³⁷ 04.03.2021 tarihli ve 21-11/154-63 sayılı Kurul kararı.

³⁸ 15.04.2021 tarihli ve 21-22/267-117 sayılı Kurul kararı.

³⁹ 28.10.2021 tarihli ve 21-53/747-360 sayılı Kurul kararı.

⁴⁰ 26.03.2020 tarihli ve 20-16/232-113 sayılı Kurul kararı.

⁴¹ 12.03.2020 tarihli ve 20-14/192-98 sayılı Kurul kararı.

⁴² 07.07.2022 tarihli ve 22-32/508-205 sayılı Kurul kararı.

⁴³ 30.06.2022 tarihli ve 22-29/483-192 sayılı Kurul kararı.

⁴⁴ 17.02.2022 tarihli ve 22-09/130-50 sayılı Kurul kararı.

benimsenmiş ve anılan uygulamanın amacı itibarıyla rekabet ihlali teşkil ettiği değerlendirilmiştir.⁴⁵

- (60) Ülkemiz rekabet hukuku uygulamaları göz önüne alındığında YSFB'ye ilişkin birçok dosyada, YSFB'nin amaç yönünden rekabeti kısıtlayıcı nitelikte olduğu ortaya konulmuştur. Bir diğer ifade ile Kurulun yukarıda bahsi geçen kararları çerçevesinde, yeniden satış fiyatının sağlayıcı tarafından tespiti, piyasada etki doğurup doğurmamasına bakılmaksızın amaç yönünden rekabet ihlali olarak değerlendirilmektedir.
- (61) Diğer yandan YSFB'nin, mehz Avrupa Birliği rekabet hukuku mevzuatı kapsamında da amaç yönüyle rekabeti kısıtladığı kabul edilmektedir. 2014 yılında Avrupa Komisyonu (Komisyon) tarafından yayımlanan "Amaç Yönünden Rekabet Kısıtlarına İlişkin Kılavuz"un⁴⁶ 3.4. maddesinde YSFB'nin amaç yönüyle rekabeti kısıtlayıcı olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte, 16.06.2020 tarihli ve 7246 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile 4054 sayılı Kanun'un 41. ve 43. maddeleri değiştirilmiş ve Türk rekabet hukukuna göz ardı edilebilirlik (*De Minimis*)⁴⁷ ile taahhüt müesseseleri kazandırılmıştır. 16.03.2021 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önerilerde ve Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ" (2021/2 sayılı Tebliğ) ve "2021/3 sayılı Rekabeti Kayda Değer Ölçüde Kısıtlamayan Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Teşebbüs Birliği Karar ve Eylemlerine İlişkin Tebliğ" (2021/3 sayılı Tebliğ) ile anılan müesseselerin uygulanma usul ve esasları belirlenmiştir. Buna göre ihlal konusunu oluşturan davranışın açık ve ağır ihlal⁴⁸ olması durumunda, söz konusu ihlal anılan tebliğlerin kapsamı dışında tutulmaktadır. Açık ve ağır ihlalleri oluşturan davranışlar ilgili tebliğlerde sayılmış olup YSFB'ye tekabül eden "üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arası ilişkide alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi" durumu açık ve ağır ihlallerden biri olarak belirtilmiştir.
- (62) Yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde dosya konusu iddiaya yönelik gerçekleştirilen incelemeler ile yapılan tespitlere ve değerlendirmelere ilerleyen başlıkta yer verilmektedir.

I.4.1.2 YSFB Uygulamasına Yönelik Belgelerin Değerlendirilmesi

- (63) **Delil 1**, ANAVARZA'nın şirket içi yazışması olup teşebbüsün perakende grubuna ilişkin fiyat listesini içermekte ve ilaveten bu fiyat listesi üzerinden uygulayacağı indirimleri ve kasa kampanyasını konu almaktadır. E-postadaki "...Toplantımızda konuştuğumuz üzere Tavsiye Raf Satış fiyatlarımız ektedir. Burada bunu yavaş yavaş fiyat geçişi

⁴⁵ Henüz Kurum resmi internet sitesinde gerekçeli kararı yayınlanmamış olan, taraflarca sunulan uzlaşma metinlerinin kabul edilmesiyle sonlandırılan soruşturmalara ilişkin 23.11.2022 tarihli ve 22-52/771-317 sayılı ve 29.12.2022 tarihli ve 22-57/899-369 sayılı Kurul kararları kapsamında da YSFB'ye yönelik yaklaşımda aynı çerçeve benimsenmiş ve uygulamanın amacı itibarıyla rekabet ihlali teşkil ettiği değerlendirilmiştir.

⁴⁶ Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice, Madde 3.4.

⁴⁷ Rekabet Terimleri Sözlüğü'nde göz ardı edilebilirlik olarak Türkçeleştirilen kavrama ilişkin şu ifadeler yer verilmektedir: "Tam açılımı, "De Minimis non curat lex/prætor" olan terimin Türkçe karşılığı "Hukuk teferruatla, pek önemsiz meselelerle meşgul olmaz" şeklinde ifade edilmektedir. Toplam pazar payı belli bir eşğin altında kalan teşebbüs faaliyetlerinin rekabet üzerindeki etkilerinin ihmal edilebilir düzeyde olduğu kabul edilerek rekabet otoritelerince göz ardı edilebilmesidir. Ancak, kartel gibi önemli ihlaller De Minimis kapsamı dışındadır." Bkz. <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlug/terimler-listesi?icerik=d3ea5f65-f025-43ba-8474-91ff5979f85b>, Erişim Tarihi: 14.02.2023.

⁴⁸ Vurgu eklenmiştir.

olarak değil sadece raf fiyatlarının oturtulması anlamda paylaşmakta fayda var.” ifadesinden ANAVARZA'nın tavsiye satış fiyatına geçilmesi konusunda öneride bulunduğu görülmektedir. Öte yandan, yapılan yerinde incelemelerde ANAVARZA tarafından tavsiye edilen raf fiyatlarının sabit fiyata dönüşmesi yönünde teşebbüsün çabasını gösterir bir bilgi veya belge elde edilmemiştir. Dolayısıyla, ANAVARZA'nın müşterileriyle yaptığı yazışmalarda veya teşebbüs içi yazışmalarında satış noktalarının raf fiyatına müdahale ettiğini gösterir herhangi bir belgeye rastlanmadığından söz konusu ifadenin YSFB şüphesi doğurmaktan uzak olduğu değerlendirilmektedir.

- (64) **Delil 2**, DMR GIDA yetkilisi (.....), DMR GIDA'nın rakibi konumunda olan Cem Market ile rekabet edebilmek için aktivite desteği talebini konu almaktadır. Bu talep, ANAVARZA'nın distribütörü olan DEMİR GIDA tarafından ANAVARZA Marmara Bölge Satış Yöneticisi (.....) iletilmiş ve ANAVARZA'dan satış noktaları tarafından fiyat farkı faturası kesilmemesi adına Cem Market'in aktivitesinde güncelleme yapılması istenmiştir. Bahse konu yazışma değerlendirilirken Alman Rekabet Otoritesinin (*Bundeskartellamt*) gıda sektörü özelinde dikey fiyat tespitine yönelik olarak yayımladığı rehber⁴⁹ vurgu yapılması önem arz etmektedir.⁵⁰ Rehberde;
- Gıda üreticilerinin ve perakendecilerinin dahil olduğu dikey fiyat tespitlerinde, fiyat belirleme özgürlüğü kısıtlanan tarafın (yani perakendecilerin) ihlalde önemli bir rol oynadığı, tek bir perakende fiyat seviyesi olmadığında bazı perakendecilerin üreticilerden/tedarikçilerden raf fiyatına müdahale etmelerini talep ettikleri, bu bağlamda, ihlalin yalnızca dikey fiyat sabitlemeyi içermekle kalmadığı ve perakendeciler arasında yatay bir koordinasyona da yaklaştığı⁵¹,
 - Bir perakendecinin tatmin edici olmayan marjlar nedeniyle aktivite talebinin dikey fiyat tespiti teşkil etmediği, bu kapsamda perakendecinin talebinin sağlayıcının rakip bir perakendecinin fiyat politikasını değiştirmesine yönelik bir baskı talebini içermediği müddetçe bir endişe doğurmayacağı⁵²
- (65) vurgulanmıştır. DMR GIDA'nın “...KAR MARJI OLARAK % (.....) DAHA DESTEGINIZI BEKLIYORUM” ifadesinden teşebbüsün kendi fiyat politikasına yönelik bir destek talep ettiği ve rakibi olan Cem Market'e müdahale edilmesi yönünde bir baskı uygulamadığı anlaşılmaktadır.
- (66) Belgede dikkat çeken bir başka husus ANAVARZA'nın distribütörü olan DEMİR GIDA'nın “...Fiyat düzeltmesini yaptığımız Dmr Gıda; Trakya bölgesinde çalıştığımız Cem Market fiyatlarını karşılaştırma yaptığında fiyatların uyuşmadığını belirtmektedir.” ifadesidir. İlgili belgede yer alan fiyatın düzeltildiğine dair ifade ilk bakışta YSFB uygulamasının varlığına ilişkin şüphe oluşturmakla birlikte bu düzeltmenin kim tarafından yapıldığının anlaşılmasının, ANAVARZA'nın belgeye herhangi bir yanıt vermemesinin ve yapılan yerinde incelemelerde, bu tür eylemlerin ANAVARZA tarafından yapıldığına dair bir bilgiye veya belgeye rastlanmamış olmasının söz konusu şüpheyi ortadan kaldırdığı kanaatine ulaşılmıştır.
- (67) **Delil 3**, ANAVARZA satış temsilcilerinin haftalık notlarını konu almakta olup bu notta “*Satın alma ve raf fiyatları güncellendi.*” ifadesi yer almaktadır. Bilindiği üzere sağlayıcı teşebbüsün hem kendi ürününün hem de rakip ürünün fiyatlarını sahadan izlemesi tek başına ihlale işaret etmeyeceği gibi satış noktasındaki raf fiyatlarının güncellendiği bilgisini teşebbüs içinde raporlaması da ihlali göstermeyecektir. Bu raporlamalar ancak

⁴⁹ Guidance Note on the Prohibition of Vertical Price Fixing in the Brick-and-Mortar Food Retail Sector.

⁵⁰ https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Others/Guidance_note_prohibition_vertical_price_fixing_LEH.pdf?__blob=publicationFile&v=2, Erişim Tarihi: 14.02.2023

⁵¹ Bkz. para. 44.

⁵² Bkz. para. 82-83.

izlenen fiyatlara müdahale edildiğini gösterir iletişimlerin tespit edilmesi halinde YSFB olarak nitelendirebilecektir. ANAVARZA'da yapılan incelemelerde alıcıların raf fiyatlarına müdahale edildiğini gösterir bir belgeye rastlanmamıştır.

- (68) **Delil 4**, şirket içi bir yazışma olup Özdilek Alışveriş Merkezleri ve Tekstil Sanayi AŞ'nin (ÖZDİLEK) alış fiyatlarını değiştirdiğini, ancak raf fiyatlarını henüz güncellemediğini ve bu durumun diğer satış noktaları bakımından sorun yaratabileceğini konu almaktadır. *“Özdilek alışta geçti ama raf fiyatı hala değişmemiş bugün görüşüp değiştirirsek en azından diğer yerlerde sorun olmaz.”*, *“Özdilek ile de hemen paylaşip görüşebilirsek ona göre Uşak dışındakileri geçmiş olursa sorun kalmaz”* ve *“Ozdilek fiyatımız 139.90 tl olarak güncellenmiştir”* ifadeleri ANAVARZA'nın ÖZDİLEK'in perakende satış fiyatına müdahale ettiği şüphesini doğurmakla birlikte ilgili yazışma teşebbüs içi bir yazışma olup ANAVARZA ile ÖZDİLEK arasında uygulanacak raf fiyatı üzerinde varılan herhangi bir mutabakatı kanıtlamaktan uzaktır. Buna ek olarak yapılan yerinde incelemelerde, ÖZDİLEK'in ANAVARZA'nın belirlenen raf fiyatlarının uygulanmasına ilişkin herhangi bir baskısı veya tehdidi ile karşılaştığını gösterir bilgi ve belgeye rastlanmamıştır. Ayrıca, ilgili yazışmanın içeriğinde herhangi bir fiyat düzeyi dikte edildiğine dair bir ifade bulunmaması yukarıdaki değerlendirmeyi desteklemektedir.
- (69) **Delil 5**'te *“raf fiyatlarımızı çiçek 450 gr 26,95//sağlık gurubu (stamina/viva/propolia) 44,95 olarak güncelleyip geçişimize yardımcı olursanız sevinirim.”* ifadesi yer almaktadır. Söz konusu belge diğer belgeler ile birlikte değerlendirildiğinde, belgedeki ifadenin yeni fiyat listesine geçişin devamında satış noktasına raf fiyatlarına ilişkin olarak yapılan hatırlatmadan ibaret olduğu kanaatine ulaşılmıştır.
- (70) Diğer yandan, yerinde inceleme belgelerine ek olarak ANAVARZA'nın perakendecilerle imzalamış olduğu sözleşme örnekleri incelenmiş, sözleşmeler kapsamında yeniden satış fiyatlarına ilişkin bir düzenlemenin olmadığı tespit edilmiştir.
- (71) Sonuç olarak YSFB uygulamalarına ilişkin yerinde inceleme belgeleri değerlendirildiğinde;
- ANAVARZA'nın teşebbüs içi yazışmalarında veya perakendecilerle olan iletişimde raf fiyatlarına müdahale ettiğini gösterir bir bulguya rastlanmadığı,
 - ANAVARZA tarafından tavsiye edilen raf fiyatlarının sabit fiyata dönüşmesi yönünde teşebbüsün çabasını gösterir bir bulgunun bulunmadığı,
 - Dolayısıyla, ANAVARZA'nın alıcıların yeniden satış fiyatının belirlendiğine dair ciddi şüphe oluşturacak herhangi bir bulguya rastlanmamış olması sebebiyle, yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik iddia bakımından teşebbüs hakkında soruşturma açılmasına yer olmadığı

kanaatine ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

- (72) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, Sezen Gıda Mad. Tarım ve Hayvancılık Ürün. Tic. ve San. Ltd. Şti.nin alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası bakımından soruşturma açılmamasına gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.